从《哪吒2》到LABUBU,一系列文化与创意领域的新符号成为观察中国变化的一扇窗口

中国文化的脉动正被世界倾听

排片率过半、出票率达80%以上、热门时间段几乎场场爆满……今年初,《哪吒之魔童闹海》在杨浦区四平电影院热映,影院的布置从里到外满是哪吒元素。该片仅用8天便登顶中国影史票房榜,随后成为全球单一市场票房冠军、全球动画电影票房冠军。迄今其全球票房约22亿美元,位列影史最卖座影片前五。 ■资料图

2025年上半年,中国文化版图呈现出自信上扬、创意迸发的鲜明态势。从电影票房奇迹与人工智能突破,到潮流玩具和业余足球联赛,一系列文化与创意领域的新符号正重新定义中国当下的文化表达方式,成为观察中国变化的一扇窗口。

动画电影《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)自1月29日上映后票房一路高歌猛进,仅用8天便登顶中国影史票房榜,随后成为全球单一市场票房冠军、全球动画电影票房冠军。迄今其全球票房约22亿美元,位列影史最卖座影片前五。

《哪吒2》改编自中国传统神话,以现代叙事风格讲述叛逆的哪吒故事,探讨命运、偏见与自我重塑的话题,引发各年龄段观众,尤其是青少年的共鸣。"(它让我相信)路是自己闯出来的,人的潜能无限。"一位中学生网友留言道。

该片近2000个特效镜头由130余家工作室协同完成。北京大学影视戏剧研究中心主任陈旭光认为,这展现了中国创意生态系统的协作力量,也引领了电影工业与美学的升级。影片在北美、欧洲、东南亚等多地上映,引发全球媒体讨论,显示中国本土叙事正在走向国际舞台。

如果说《哪吒2》是对传统文化的致敬,那么人工智能系统DeepSeek则代表着面向未来的探索。由杭州初创企业开发的DeepSeek大语言模型,在有限算力条件下以远低于西方同类产品的成本,展现出媲美ChatGPT的高性能,成为全球AI界关注焦点。在1月20日DeepSeek-R1版本发布后,其官方应用于1月27日登顶美国区苹果应用商店免费应用榜,下载量超过ChatGPT。

"DeepSeek的崛起表明,在美国限制芯片出口的背景下,中国自主探索技术路径的决心。""明叔杂谈"公号负责人明金维说。

而在文化的另一个维度,潮流玩具LABUBU的全球走红颇具象征意义。这个露出一排尖牙却眼神天真的精灵形象由香港艺术家龙家升创作,融合北欧童话风格与东亚审美,在中国潮流玩具品牌泡泡玛特的运营下,引发从巴黎到曼谷等全球多地排队抢购的狂热现象。

LABUBU所体现的,并不仅仅是一个潮流IP的成功,而是"中国制造"标签背后的文化魅力。长沙新消费研究院院长张丹丹认为,泡泡玛特潮玩热销全球,显示中国文化类知识产权(IP)的国际化影响力。

"LABUBU的流行也在提醒世界:中国创意同样可以是细腻、个性且充满魅力的,中国制造正在向全球价值链的高端迈进。"张丹丹说。

与上述三者风格迥异的,是江苏城市足球联赛"苏超"的意外走红。该联赛覆盖13座城市,516名球员中职业球员仅29名,其余球员来自各行各业。但其关注度却不输职业赛事,连国际品牌喜力啤酒也加入了赞助商的队伍。

6月21日常州主场对阵南京的比赛,有76万多人预约购票,现场观众人数达到创纪录的3.67万人。

联赛从5月持续至11月,不只是球技较量,也是城市个性展示的"擂台"。从方言解说到赛场外的美食集市,从扬州剪纸到无锡灯光秀等民俗和文化展示,比赛日俨然成为流动的"文化盛宴"。

长期以来,江苏各城市在经济发展与文化传统上各擅胜场、彼此竞逐,如今这种竞争以更具生活气息的形式走入大众视野,使"苏超"这项体育赛事变身一场文化嘉年华。

"这不是自上而下的推广结果,而是当代中国多元、外向、富于想象力的生动表达。"清华大学爱泼斯坦对外传播研究中心主任史安斌表示,《哪吒2》、DeepSeek、LABUBU与"苏超"等爆款产品和现象共同折射出当下中国蓬勃的文化自信和创意活力。

让传统与现代融合,本土与全球互动,中国文化和创意的脉动正通过影像、代码、玩具、球场传递,被世界倾听。 ■张云龙(来源:新华社)

图为一家泡泡玛特门店拍摄的LABUBU玩偶。 ■新华社 储焱 摄

全龄美育 绘就申城文化新图景

2025年上海市民艺术夜校春季班持续扩容,开设496个教学点位、1651门课程

在习近平文化思想的指引下,上海积极探索文化发展新路径,以全龄美育为抓手,奏响城市文化繁荣的时代乐章。今年,当市民艺术夜校2025年春季班报名系统开启时,117万人同时在线抢课的盛况,不仅刷新了城市文化生活的热度纪录,也勾勒出申城美育事业全龄化覆盖的蓬勃图景。从退休老人到学龄孩童,从青年白领到外籍友人,上海通过市民艺术夜校与周末美育课堂的双轨设计,构建起"全年龄段、全品类覆盖、全场景浸润"的社会美育体系,美育正以润物无声的方式滋养着城市的精神土壤。

市民艺术夜校是文化惠民的缩影,展现出强大的文化生命力。"3秒抢空一门课"——2025年春季班数据揭示着城市对美育的渴望。从2023年秋季班65万人抢1万名额,到2024年秋季班90万在线峰值,夜校报名热度印证美育成为市民生活"刚需"。"老师专业、性价比高"是公益美育课程的优势。IT从业者李运臻在普陀区文化馆评弹班五刷课程,从票友成长为市级展演表演者。杨浦区中阮班学员卢玉涵从古筝跨界中阮,找到"中式吉他"的乐趣。浦东新区工人文化宫分校的探戈、花艺课,为职场人构建"第三空间"。

上海周末美育课堂也为亲子文化互动搭建了优质平台。上海市群艺馆周末美育课堂街舞班孩子们的《舞动童年》,自2021年"双减"后推出,到2024年已覆盖16区、51个教学点,85门课程构建起青少年美育网络。亲子共学是周末课堂的特色。《亲子花艺》《古琴艺术亲子班》让家长与孩子一同学,《艺术策展企划亲子班》增进代际沟通。专业师资与公益价格形成吸引力。上海歌剧院一级演员、上海音乐学院副教授等构成"明星师资团",12次课1200元(亲子班)的公益价格仅为市场价三分之一。

上海美育全龄覆盖的背后,是政府主导、社会协同的创新。2025年上海市民艺术夜校春季班持续扩容,以上海市群众艺术馆为总校,联动上海各区设立41个分校,开设496个教学点位、1651门课程,免费云体验课程上新40门。周末美育课堂也在今年春季班焕新升级,推出50个点位、142门课程(含62门新课),多单位加入构建供给体系。从2023年65万人抢课到2025年117万峰值,从2024年春季1.6万学员到秋季2.8万人,从单点到405个教学点覆盖。正如一位学员所说:"艺术让生活从'活着'变成'生活'",这便是城市美育的意义。 ■吴翔

(来源:新民晚报)

在杨浦,市民艺术夜校已经成了一张文化惠民的闪亮名片。据统计,2024年春、秋两季共计约800余人参加了晚间开放的艺术培训课程,约10000余人次在家门口获得优质的文化惠民服务。 ■资料图